

Obsah

Mezinárodní odborný seminář: Marketing v automobilovém průmyslu	4
Program semináře	5
Úvodem ke sborníku příspěvků.....	6
Atributy spotřebního chování na automobilovém trhu.....	8
Chování zákazníků při opakované koupi značky.....	19
Low-cost automobily.....	27
Internet jako komunikační prostředek automobilových značek.....	36
Inzerce jako nástroj poznání konkurenční komunikační strategie	43
Marketing priemyselných odvetví a agromarketing	49